



**IDEOLOGI NASIONALISME DALAM IKLAN  
LAYANAN MASYARAKAT DI TELEVISI**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2017**



## **IDEOLOGI NASIONALISME DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI TELEVISI**

**TESIS**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
SITI NURUL HIDAYAH  
55215110011

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2017**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

1. Nama : Siti Nurul Hidayah
2. NIM : 55215110011
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
6. Judul : Ideologi Nasionalisme Dalam Iklan Layanan Masyarakat di Televisi

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

Jakarta, 08 Juni 2017

Pembimbing



Ponco Budi Sulistyo, M.Comn., Ph.D



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Ideologi Nasionalisme Dalam Iklan Layanan Masyarakat di Televisi
2. Nama : Siti Nurul Hidayah
3. NIM : 55215110011
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
7. Tanggal : 15 Juli 2017

UNIVERSITAS  
Jakarta, 15 Juli 2017  
**MERCU BUANA**  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Ahmad Mulyana".

(.....)

2. Penguji Ahli

Dr. Henni Gusfa, M.Si

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Henni Gusfa".

(.....)

3. Pembimbing

Ponco Budi Sulistyo, M.Comm., Ph.D

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Ponco Budi Sulistyo".

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Ideologi Nasionalisme Dalam Iklan Layanan  
Masyarakat di Televisi
2. Nama : Siti Nurul Hidayah
3. NIM : 55215110011
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
7. Tanggal : 15 Juli 2017

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Jakarta, 15 Juli 2017  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....)

2. Pengaji Ahli

Dr. Henni Gusfa, M.Si

(.....)

3. Pembimbing

Ponco Budi Sulistyo, M.Comm., Ph.D

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

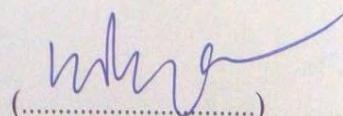
**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

1. Judul : Ideologi Nasionalisme Dalam Iklan Layanan Masyarakat di Televisi
2. Nama : Siti Nurul Hidayah
3. NIM : 55215110011
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
7. Tanggal : 31 Juli 2017

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Jakarta, 31 Juli 2017  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang

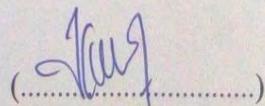
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli

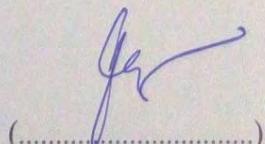
Dr. Henni Gusfa, M.Si



(.....)

3. Pembimbing

Ponco Budi Sulistyo, M.Comm., Ph.D



(.....)

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Ideologi Nasionalisme Dalam Iklan Layanan Masyarakat di Televisi

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Siti Nurul Hidayah

NIM : 55215110011

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 29 Juli 2017



Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Ideologi Nasionalisme Dalam Iklan Layanan Masyarakat di

Televisi

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Siti Nurul Hidayah

NIM : 55215110011

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 07 Jijii 2017



## KATA PENGANTAR

Segala puji kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat kehidupan, kesehatan dan semangat kepada peneliti. Sehingga peneliti mampu menyelesaikan tesis ini tepat waktu dan sesuai target yang di harapkan. Tesis ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Magister (S-2) dalam program studi Ilmu Komunikasi.

Setelah menempuh pendidikan perkuliahan selama 4 semester di Universitas Mercu Buana, peneliti mendapat banyak ilmu baik teori maupun praktik yang berhubungan dengan komunikasi. Selain itu, peneliti juga mendapat banyak pengalaman dalam kehidupan untuk dijadikan contoh atau pedoman guna menempuh kehidupan lebih baik kedepannya.

Dalam penulisan tesis ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis anggap berjasa dalam memberikan bimbingan, dukungan, semangat, doa, cinta dan motivasi. Ucapan ini penulis persembahkan untuk:

- 1.) Bpk Ponco Budi Sulistyo.,S.Sos., M.Comn., Ph.D selaku pembimbing, dosen, guru, dan panutan bagi peneliti, sehingga peneliti mampu menyelesaikan tesis ini.
- 2.) Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi; Dr. Henni gusfa, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
- 3.) Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM. selaku rektor Universitas Mercu Buana.
- 4.) Kepada seluruh Dosen di Universitas Mercu Buana, semoga Allah SWT membala segala kebaikan dan jasa yang selama ini dicurahkan kepada peneliti, sehingga peneliti menjadi orang yang berilmu.
- 5.) Staff Tata Usaha Program Pascasarjana
- 6.) Kedua orang tua peneliti, yang tak henti-hentinya mendoakan dan mendukung peneliti dari kecil hingga sekarang.
- 7.) Kepada suami & anak tercinta, terima kasih atas doa, dukungan, semangat, dan cintanya selama ini.
- 8.) Kepada kakak, adik, keponakan, dan semua keluarga peneliti yang tak bisa ditulis satu persatu.
- 9.) Kepada Yessi, Icha, Oci, Kiki, Ikbal, dan teman-teman senasib seperjuangan program Pascasarjana 2015, semoga kita semua mendapatkan kesuksesan dunia dan akhirat.

Masih banyak lagi orang yang tidak bisa peneliti tulis satu persatu, namun akan selalu peneliti ingat hingga akhir hayat. Peneliti sangat berterima kasih dan bersyukur karena diberi kesempatan untuk bertemu dan berkerja sama dengan orang-orang hebat dalam menjalani

masa-masa kuliah. Semoga Allah SWT memberikan kebaikan dan kemudahan dalam urusan dunia akhirat.

Dengan rendah hati, peneliti meminta maaf sebesar-besarnya atas segala kehilafan yang disengaja atau tidak sengaja selama ini. Peneliti juga menyadari tesis ini jauh dari kesempurnaan dan mohon masukannya. Peneliti berharap, semoga tesis ini memberi manfaat kepada kita semua. Amien ya Robbal Alamien.

Jakarta, 07 Juni 2017

Siti Nurul Hidayah  
(55215110011)



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN TESIS .....</b>	i
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG .....</b>	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS .....</b>	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	iv
<b>ABSTRAK .....</b>	v
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	vii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Sosial .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	10
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.1.2 Kerangka Teoritis .....	35
2.1.2.1 Iklan & Iklan Televisi .....	35
2.1.2.2 Televisi Sebagai Media Iklan .....	42
2.1.2.3 Unsur Sinematografi .....	46
2.1.2.4 Iklan Komersial & Iklan Non-Komersial .....	48
2.1.2.4.1 Iklan Komersial .....	49
2.1.2.4.2 Iklan Non-Komersial .....	50
2.1.2.5 Ideologi .....	53
2.1.2.6 Nasionalisme .....	56

2.1.2.7 Semiotika Roland Barthes .....	62
2.1.2.8 Mitologi .....	69
2.2 Kerangka Pemikiran .....	72

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian .....	74
3.2 Paradigma Penelitian .....	74
3.3 Metode Penelitian .....	77
3.4 Unit Analisis .....	78
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	78
3.5.1 Data Primer .....	78
3.5.2 Data Sekunder .....	79
3.6 Teknik Analisis Data .....	79

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	83
4.1.1 Gambaran Umum TV One .....	83
4.1.1.1 Sejarah TvOne .....	83
4.1.1.2 Logo .....	84
4.1.1.3 Struktur Organisasi .....	85
4.1.2 Gambaran Umum ANTV .....	86
4.1.2.1 Sejarah ANTV .....	86
4.1.2.2 Logo .....	87
4.1.2.3 Struktur Organisasi .....	89
4.1.3 Gambaran Umum TRANS 7 .....	89
4.1.3.1 Sejarah TRANS 7 .....	89
4.1.2.2 Logo .....	90
4.1.2.3 Struktur Organisasi .....	92

4.1.2 Visualisasi dan Dskripsi Iklan .....	93
4.1.4.1 Visualiasi dan Deskripsi Iklan TvOne Versi HUT RI ke-7 .....	93
4.1.4.2 Visualiasi Deskripsi Iklan ANTV Versi HUT RI ke-71 .....	96
4.1.4.3 Deskripsi Iklan TRANS 7 Versi HUT RI ke-71 ....	99
4.2 Hasil Penelitian .....	104
4.2.1 Pemaknaan Denotasi-Konotasi .....	104
4.2.1.1 Pemaknaan Denotasi-Konotasi dalam Iklan TvOne .	104
4.2.1.2 Pergeseran makna Olahraga dalam Iklan .....	121
4.2.1.3 Pemaknaan Denotasi-Konotasi dalam Iklan ANTV	122
4.2.1.4 Pergeseran Makna Profesi dalam Iklan .....	139
4.2.1.5 Pemaknaan Denotasi-Konotasi dalam Iklan Trans7	141
4.1.2.6 Pergeseran Makna Alam dan Budaya dalam Iklan..	162
4.2.2 Mitologi .....	163
4.3 Pembahasan .....	171
4.3.1 Ideologi Nasionalisme dan Olahraga dalam Iklan TvOne ..	172
4.3.2 Ideologi Nasionalisme dan Profesi dalam Iklan ANTV .....	173
4.3.3 Ideologi Nasionalisme dan Alam serta Budaya dalam Iklan TRANS 7 .....	175

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	180
5.2 Saran .....	181
5.2.1 Akademis .....	181
5.2.2 Praktis .....	182

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

